

Научна и научно-приложна дейност на преподавател във ВУЗФ

Име, Фамилия: Станимир Андонов

Академична длъжност: главен асистент

Научна степен: доктор

1. НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА ДЕЙНОСТ

1.1. Публикации:

- Книга: Андонов, Ст. „Маркетингово позициониране – теория, практика и изследвания“. изд. „Изток – Запад“, 2014 г.

1.1.1. Монография или книга в България:

- Работа по пет от общо десет глави от книга с работно заглавие „Брандинг“.

1.1.2. Статия в сборник трудове от международна конференция:

- Андонов, С. „Прогнозиране на дългосрочната стойност на клиентите“. Доклад в сборник с доклади от Международната научна конференция „Икономика и управление в турбулентна среда“ проведена на 06.06.2014 г. в ХТМУ – София.
- Андонов, С., “За някои аспекти на измерването на ценността на бранда“. Сборник с доклади от научна конференция с международно участие - "Хоризонти в развитието на човешките ресурси и знанието" 12-14 юни 2015 г. Бургаски свободен университет, Бургас.
- Андонов, С., “Има ли лицемерие в корпоративната социална отговорност“. Сборник с доклади от научна конференция с международно участие - "Хоризонти в развитието на човешките ресурси и знанието" 12-14 юни 2015 г. Бургаски свободен университет, Бургас.

1.2. Цитирания.

- "Innovative Economic Policies for Climate Change Mitigation", book by Professor Valentino Piana:
- http://scholar.google.bg/citations?hl=en&user=m3uMADIAAAAJ&view_op=list_works&gmla=AJsN-F7c4JQbwhb0UtsBNngM0Nh7GkLznGFZY5x-

1.3. Научни проекти.

1.3.1. Участник в научен проект, финансиран от български източници:

- Участие в проект за създаване на радиометър за ранна диагностика (скрининг) на тумори на млечната жлеза на фирма "КВЕО" ЕООД България.

2. НАУЧНО-ПРИЛОЖНА ДЕЙНОСТ

2.1. Научно-популярна дейност и преводи.

2.1.1. Научно-популярна статия:

- Научнопопулярни статии в списание „Твоят бизнес“
- „За маркетинговто късогледство – 51 годни по-късно“ сп. „Твоят бизнес“, брой 70, 2011 год.
- „Какво говори мозъкът?“ Невромаркетинг в България, сп. „Твоят бизнес“, брой 72, 2011 год.
- „Физическо или психологическо маркетингово позициониране“, сп. „Твоят бизнес“, брой 74, лято 2012 год.
- „Как да репозиционираме своя продукт или бранд“, сп. „Твоят бизнес“, брой 77, 2013 год.
- „Има ли лицемерие в корпоративната социална отговорност“, сп. „Твоят бизнес“, брой 78, 2013 год.
- „Брандът не е само търговска марка“, сп. „Твоят бизнес“, брой 84, 2014 год.

2.1.2. Планирани обществени изяви, които популяризират дейността на ВУЗФ

- Провеждане на фирмени обучения за фирма BOSCH България.

3. УЧЕБНО-ОБРАЗОВАТЕЛНА ДЕЙНОСТ

3.1. Планирана преподавателска дейност (лекции, упражнения, учебници, помагала, изпитни комисии) – наименования на курсовете.

3.1.1. Часове лекции във ВУЗФ:

Часове по дисциплините:

- Основи на маркетинга
- Брандинг
- Бранд позициониране
- Маркетингови изследвания

- Маркетинг на финансовите услуги
- International marketing
- Marketing I
- Marketing II

4. НАУЧНО-ОРГАНИЗАЦИОННА ДЕЙНОСТ

4.1. Участие в научни, експертни съвети, комисии и други в областта на науката висшето образование у нас и в чужбина.

4.1.1. У нас:

- Член на Българската Асоциация по Маркетинг

4.1.2. В чужбина:

- Пълноправен член на American Marketing Association
- Член на Association for Community Colleges

5. ЕКСПЕРТНА ДЕЙНОСТ

5.1. Експертна, консултантска и друга дейност в помощ на институции и органи на управление.

5.1.1. Становища в помощ на институции и органи на управление:

- Независим експерт (оценител) на проекти по ОП „Конкурентоспособност и иновации“ към МИЕТ.